

米歇爾引中國古語勉學子留學

北大演講開場白「讀萬卷書不如行萬里路」

香港文匯報訊(記者 馬靜 北京報道)美國第一夫人米歇爾首次訪華之旅的重頭戲——大學演講昨日在北京大學精彩上演,儘管此次演講只約20分鐘,但整場演講還是深受好評。「留學」是此次演講的關鍵詞,米歇爾在演講中引用了中國古語「讀萬卷書不如行萬里路」勉勵中美兩國學子出國留學、增加交流。米歇爾還在演講前為失聯馬航乘客祈福。昨日米歇爾一行還遊覽了頤和園等景點。



米歇爾在北京大學演講,獲贈《中華文明史》一書。



米歇爾在北京大學演講。



美國第一夫人米歇爾昨日到訪北京大學發表演講,並與青年學子交流。

元首級安保迎「第一夫人」

昨晨,米歇爾演講場地,北京大學斯坦福中心安保已甚為嚴密,有工作人員稱相當於「元首級」。校方則特意將演講台的背景佈置為紫紅色色調。講台兩側分別立着中美兩國的國旗。

身穿白底花色連衣裙的米歇爾在上午10時30分左右抵達斯坦福中心,陪同她的是美國新任駐華大使鮑卡斯特。演講前,北大校長王恩哥致辭,並邀奧巴馬和米歇爾的兩個女兒以及更多美國學生來北大就讀。

為馬航祈禱盡力協助搜救

米歇爾演講前對失聯馬航表示關心,她說,「如我丈夫所說,美國正提供盡可能多的資源協助搜尋工作。請相信,在這個非常艱難的時刻,我們的心和航班上人員的家屬和親人在一起,我們為他們祈禱。」

隨後,米歇爾用中國一句古語「讀萬卷書不如行萬里路」作為開場白,開始了以「留學」為關鍵詞的演講。北京大學微博也在第一時間

對此次演講進行了直播。米歇爾在演講中對學生說,出國留學絕不僅是改善你們自己的未來,它也關乎塑造你們的國家、關乎我們共有的世界的未來。

「留學」是米歇爾此次演講提到最多的詞。她一再強調留學的重要性。米歇爾說,年輕人到彼此國家學習和生活是培養合作習慣的途徑,通過融入不同的文化,通過彼此的故事,可以跨越常常隔膜我們的成見和誤解。米歇爾指出,今年,在我們紀念中美兩國關係正常化35周年之際,美國政府將支持更多美國學生到中國學習。

米歇爾在演講中說,我們一次又一次看到,當所有公民的聲音和觀點都能得到傾聽之時,國家會變得更加強大和繁榮。她說,正像我的丈夫曾說過,我們尊重其他文化和社會的獨特性。

米歇爾最後對學生說,對世界而言,你們所有人都是最好的美國面孔和最好的中國面孔。希望你們能繼續互相學習,同時建立起友誼的紐帶,而這些紐帶能在未來數十年豐富你們的生活,也豐富我們的世界。



米歇爾與女兒觀賞京劇,看到精彩的表演鼓掌。



米歇爾與兩個女兒到北京頤和園參觀。



米歇爾參觀頤和園,登上遊覽船遊覽昆明湖。



米歇爾參觀北京頤和園,吸引大批遊客圍觀。

米歇爾讚彭麗媛熱情優雅

香港文匯報訊 據《北京晚報》報道,在北京第一天的行程結束後,美國第一夫人米歇爾就在網站上公佈了自己的「中國旅行日記」,與世界民眾分享第一天的感受。「從華盛頓經過20小時的飛行之後,我和我的母親、女兒一行到達北京,開始了我們對中國的正式訪問。」

米歇爾在日記中,介紹了中國國家主席習近平夫人彭麗媛。她在日記中寫道,彭麗媛在成為「第一夫人」前,在中國就已經非常有名,成為中國最炙手

可熱的民族歌手。

米歇爾還把彭麗媛在部隊中颯爽英姿及在世界舞台的一面展示給了讀者。她向讀者介紹到,3年前,彭麗媛被世界健康組織任命為全球大使,致力於抗擊肺結核、愛滋等疾病。「從我們在北京師範大學第二附屬中學的相處時光中,我可以判斷出,彭麗媛是一個熱情、優雅的東道主。這次訪問極好地詮釋了我此次旅行的目的:教育的價值和不同國家年輕人之間文化交流的重要性。」

北大學子讚「米姐」有魅力

美國「第一夫人」米歇爾在北大演講的消息傳出,其演講會入場券顯得極為珍貴。許多學生都想看米歇爾一面,聆聽米歇爾之言。昨晨一大早,拿到入場券的學子們早早到達會場,等待米姐大駕。後多位學生對本報表示,雖然「第一夫人」演講非常短暫,但是還是展現了「第一夫人」的個人魅力,不枉等候多時。

記者從現場視頻也注意到,被中國網友親切稱為「米姐」的米歇爾在演講開

場和結束都特意使用了中文,「你好」、「謝謝」。配上其燦爛的「米氏招牌微笑」倒也顯得很「接地氣」,「很親民」。

為了能聽到米歇爾演講,石家莊一位母親王翠蘭特意帶着自己12周歲的女兒和朋友的兒子,凌晨4時從石家莊乘坐火車趕到北京,只可惜,沒有入場券的她們只能隔着

欄欄遙望「米姐」。

遊覽頤和園 乘龍舟觀京劇

香港文匯報訊(記者 馬靜、張聰 北京報道)儘管沒有了中國第一夫人彭麗媛的陪伴,美國第一夫人米歇爾依然興致勃勃,遊興不減。昨午,米歇爾在北京大學演講結束後又趕往北京另外一個著名景點頤和園遊玩,乘坐龍舟,遊覽了頤和園昆明湖。

米歇爾在頤和園和帶著兩個女兒與來自芝加哥湯姆士中學和南方中學的28名師生一起觀看了京劇《大鬧天宮》片段,從現場視頻可以看出,米歇爾心情非常不錯,觀看京劇前與學生們親切握手交談,觀看京劇過程中,遇到精彩片段地非常熱情地長時間鼓掌。

美第一夫人遺憾未能留學

米歇爾昨日前往北京大學與留學生互動,活動開始前,中國和美國兩位留學生在現場介紹這位美國第一夫人時透露,米歇爾曾是名副其實的「學霸」。米歇爾在演講中還特意提到自己的一大遺憾——未能外國留學。

米歇爾稱,「你們知道,我來自一個工薪階層家庭,我甚至從來沒想過留學。我的父母沒有上過大學,我將精力集中在進入大學並獲得學位,這樣我就可以得到一份工作並養活自己。對於很多像我一樣靠奮鬥才能讀得起一個常規課程的年輕人來說,支付世界另一邊的機

票或生活費實在是不可能的。這是不接受的。」米歇爾非常遺憾地提到自己的經歷。

說到讀書經歷,米歇爾可是一位刻苦認真學習,成績斐然的「學霸」。中學時代的米歇爾就讀芝加哥頂尖的惠特尼·揚高中,並由第一年班跳至第三年班,並曾名列校內成績最優等學生達4年。1981年,米歇爾升入普林斯頓大學,主修社會學、副修非洲裔美國人研究,1985年以一級榮譽畢業,1988年在哈佛大學法學院取得法律博士學位。

特寫

學者:「夫人外交」或機制化

香港文匯報訊 「夫人外交」是推動中美新型大國關係的一種探索;未來有可能進一步機制化。清華大學國際問題研究所副所長趙可金作上述表示。趙可金接受中社採訪時表示:「『夫人外交』是推動中美新型大國關係的一種探索。」他認為,在中美俄關係微妙的當下,「第一夫人外交」是一次由中美共同進行

的「精彩的外交導演」,「說明雙方都想穩定中美關係,不想把關係搞糟。」

趙可金認為,中國新一屆中央領導集體非常重視在重大外交活動中創新外交方式,增強中國在國際舞台上的影響力和親和力。對於中美「夫人外交」,趙可金預期,未來有可能進一步機制化,包括回請安排等等。

國家權威機構發佈: 加多寶連續七年榮獲「中國飲料第一罐」

香港文匯報訊(記者 楊凌雲 北京報道)兩會的春風依然洋溢在人們中間,飲料行業再度傳來令人振奮的喜訊。3月22日,中國行業企業信息發佈中心舉行的第十八屆全國市場銷量領先品牌研究成果發佈會在京舉行,國務院參事室特約研究員姚景源、著名經濟學家邱曉華及中國行業企業信息發佈中心相關領導參加發佈會。萬東華主任從家電,食品飲料等五大市場進行分析,在罐裝飲料市場,涼茶行業領導者加多寶獲得了「2013年度全國罐裝飲料市場銷量第一名」的稱號,迄今為止已連續七年蟬聯「中國飲料第一罐」的桂冠。據統計,在國際國內經濟形式複雜多變的情況下,中國飲料行業整體穩步增長,相對去年同比增長13.61%,在罐裝飲料市場,加多寶市場銷售份額高達12.33%,繼續穩居罐裝飲料銷量第一名,成為飲料行業當之無愧的領先品牌,為加多寶問鼎世界級品牌、實現「涼茶中國夢」邁出了更堅實的一步。



獲獎證書

秉承正宗配方,首創紅罐涼茶,打造引領行業的「360度品質管理體系」

上世紀90年代初,涼茶創始人王澤邦第五代玄孫王健儀將祖傳涼茶秘方獨家傳授加多寶,1996年加多寶創造了紅罐包裝,並推出了涼茶行業第一罐紅罐涼茶,18年來,加多寶投入了數百億元將紅罐打造成了飲料行業最有正宗內涵的商業標識,使涼茶從區域走向全國,為涼茶行業的大發展奠定了物質基礎。

在保證涼茶傳統蒸煮工藝的情況下,加多寶創造出了「集中提取,分散灌裝」的大工業化生產模式,實現了涼茶飲料行業生產方式的歷史性突破,保證了每一罐正宗涼茶的生產標準化、產品新鮮度和品質的一致性,為此獲得了有「食品界奧斯卡」之稱的「全球食品工業獎」。

除了依托正宗配方和工藝創新,加多寶為保證每一罐正宗涼茶的高品質,獨創了『360度品質管理體系』,為加多寶涼茶的騰飛奠定了物質基礎。加多寶先後通過了美國FDA註冊認證CNAS認可等多項國內外權威認證,開啓了中國正宗涼茶的國際化綠色通道,並由此獲得了有着中國管理界諾貝爾獎之稱的『中國管理學院獎-品質管理金獎』,成就了中國涼茶的無上榮光。」加多寶品

管及資源部總經理龐振國表示。對此,廣東省食品行業協會會長張俊修表示,加多寶基於正宗配方並通過創新性的技術革命和「360度品質管理體系」,不但開拓了一個代表中國傳統文化的新品類,並且締造了七年「中國飲料第一罐」,這是一個正宗配方的價值傳奇,也是加多寶的商業傳奇。

加多寶品牌管理部副總經理王月貴在接受記者採訪時表示,加多寶能獲得今天的成就,最根本的原因是專注、創新,同時,一直堅持「大品牌、大平台、大事件」的營銷策略,自從2004年加多寶就投入巨資在品牌傳播最高點的央視等強勢平台進行廣告投放。與此同時,加多寶參與一系列大事件,如2006年德國世界杯、2008年的北京奧運會、2010的廣州亞運會、2012的倫敦奧運會,再到眾所周知的《中國好聲音》等,一步一步把加多寶涼茶推向新的高度,連續7年榮獲「中國飲料第一罐」,超越國際飲料巨頭,成就了加多寶飲料行業領先品牌的市場地位,讓加多寶的正宗內涵植植消費者的心理,成為最受消費市場青睞的飲料品牌。



發佈會現場